



MATA KULIAH	: E-BUSINESS
SMT / PROGRAM STUDI	: IV/SISTEM INFORMASI
HARI/ TANGGAL	: RABU-JUMAT, 08-10 JUNI 2026
WAKTU	: 150 MENIT
MODEL UJIAN/SIFAT	: OFFLINE/TERBUKA
DOSEN	: PRASASTI KARUNIA F.A, M.KOM., M.IM
KELAS / PRARALEL	: A/D/E

Ketentuan Evaluasi Akhir Semester (EAS)

A. SKEMA FINAL PROJECT

Final Project dikerjakan dalam 3 komponen utama::

1. Full Report (Kelompok – ILMU2)

- a. Bentuk: Laporan final project kelompok
- b. Format: PDF
- c. Sifat: Kelompok
- d. Isi: Pengembangan dan penyempurnaan seluruh tugas mulai dari:
 - Define The Pain
 - IT Product Innovation
 - User Research
 - Product Roadmap
 - MVP
 - Idea Validation
 - Go-To-Market Strategy)
- e. Ketentuan:
 - Seluruh tugas sebelumnya WAJIB direvisi dan diperbaiki
 - Seluruh bagian laporan harus saling terhubung dan konsisten
 - Laporan dibuat semenarik mungkin seperti proposal bisnis/startup/product case study
 - Wajib menggunakan visualisasi yang relevan (diagram, flowchart, roadmap, prototype, dsb)

2. PPT Pitch Deck (Kelompok)

- a. Bentuk: Presentasi Pitch Deck
- b. Format: PDF
- c. Sifat: Kelompok
- d. Tujuan:
 - Menjelaskan produk secara singkat, jelas, dan menarik
 - Menampilkan value produk dan business/product strategy
- e. Ketentuan:



- Maksimal 15–20 slide, boleh lebih asalkan dapat dipastika presentasi hanya 7 menit
- Fokus pada visual dan storytelling
- Tidak terlalu banyak teks
- Wajib memuat prototype/mockup produk

3. Video Product Demo (Kelompok)

- a. Bentuk: Video demo produk/prototype
- b. Format: Link Youtube
- c. Durasi: 5–10 menit
- d. Ketentuan:
 - Menampilkan demo prototype/product flow
 - Audio dan penjelasan harus jelas
 - Seluruh anggota kelompok WAJIB berkontribusi

B. KONSULTASI

- Konsultasi diperbolehkan sebelum deadline final project
- Konsultasi dilakukan sesuai jadwal dosen
- Tidak ada konsultasi setelah deadline pengumpulan
- Mahasiswa diharapkan aktif melakukan revisi berdasarkan feedback sebelumnya



C. ISI FULL REPORT DAN PPT FINAL PROJECT

1. Executive Summary

a. Deskripsi:

Mahasiswa diminta membuat ringkasan singkat mengenai keseluruhan final project mulai dari masalah utama, solusi produk, target pengguna, hasil validasi, hingga gambaran Go-To-Market Strategy.

b. Output Laporan:

- Background singkat
- Problem statement
- Solusi produk
- Target market
- Value proposition
- Hasil validasi
- Ringkasan GTM

c. Output PPT: Ringkasan keseluruhan project secara visual dan singkat

2. Product Strategy & IT Product Innovation

a. Deskripsi: Mahasiswa diminta melakukan analisis strategi produk dan inovasi digital berdasarkan masalah yang telah dipilih. Bagian ini mencakup:

- competitor analysis
- business analysis
- product vision
- Lean Model Canvas (LMC)
- OKR dan Product Metrics

Mahasiswa wajib menunjukkan hubungan antara masalah pengguna, solusi produk, target pasar, dan strategi bisnis.

b. Output Laporan:

Background Problem

- Penjelasan masalah utama
- Data/literatur pendukung
- Dampak masalah
- Alasan pentingnya masalah diselesaikan

Competitor & Business Analysis

- competitor comparison
- competitor value curve
- SWOT Analysis
- Porter's Five Forces

Product Vision

- vision statement
- positioning produk
- long-term vision



Lean Model Canvas (LMC)

1. Problem
2. Customer Segments
3. Unique Value Proposition
4. Solution
5. Channels
6. Revenue Streams
7. Cost Structure
8. Key Metrics
9. Unfair Advantage

OKR & Product Metrics

- 1 North Star Metric (NSM)
- 2–3 Objectives
- Key Results untuk setiap Objective
- Product Metrics yang digunakan

c. Output PPT:

- masalah utama
- solusi produk
- competitor analysis
- Lean Model Canvas
- OKR & Metrics

3. User Research & Problem Definition

a. Deskripsi: Mahasiswa diminta melakukan riset pengguna untuk memahami kebutuhan, perilaku, dan pain points pengguna terhadap solusi yang diusulkan.

b. Output Laporan:

User Research

- metode riset
- target responden
- insight utama

User Persona

- 1 primary persona
- 1 secondary persona

Customer Journey Map (CJM)

- aktivitas user
- touchpoint
- pain points
- opportunities

User Flow

- onboarding/login
- core feature flow
- aktivitas/transaksi utama



Define The Pain

- issue tree/problem tree
- Eisenhower Matrix
- MoSCoW/RICE Framework
- 5 Whys Analysis

c. Output PPT:

Rangkuman visual mengenai:

- user persona
- CJM
- user flow
- problem prioritization
- root cause analysis

4. Product Ideation, Roadmap, dan MVP

a. Deskripsi: Mahasiswa diminta mengembangkan solusi produk digital mulai dari ide solusi, roadmap pengembangan produk, backlog, hingga MVP pertama.

b. Output Laporan:

Solution Ideation

- alternatif solusi
- impact vs effort analysis
- alasan memilih solusi utama

MVP Planning

- fitur MVP
- prioritas fitur
- alasan pemilihan fitur
- MVP scope
- strategi peluncuran MVP
- indikator keberhasilan MVP

Product Roadmap

- roadmap 1–2 tahun
- timeline
- milestone
- major initiative

Product Backlog

- daftar fitur/task
- priority
- estimation
- backlog category

Prototype/UI Design

- wireframe/mockup/prototype
- screenshot prototype



- penjelasan fitur utama

c. Output PPT:

- ide solusi
- MVP
- roadmap
- prototype produk (link prototype)
- fitur utama

5. Idea Validation & Testing

- a. Deskripsi:** Mahasiswa diminta melakukan validasi terhadap prototype/produk menggunakan usability testing dan/atau A/B testing.

b. Output Laporan:

Usability Testing

- tujuan testing
- metode testing
- jumlah responden (minimal 3)
- task scenario
- hasil observasi
- feedback pengguna

A/B Testing (Opsional)

- hipotesis
- elemen yang diuji
- hasil testing
- insight

Analysis & Iteration

- insight utama
- revisi prototype
- improvement produk

c. Output PPT:

- usability testing (link maze)
- hasil validasi
- insight
- iterasi produk

6. Go-To-Market (GTM) Strategy

- a. Deskripsi:** Mahasiswa diminta menyusun strategi peluncuran produk berdasarkan hasil validasi yang telah dilakukan.

b. Output Laporan:

Segmentasi & Target Market

- target market
- segmentasi pengguna
- early adopters

Value Proposition



- short value proposition
- detailed value proposition

Distribution & Marketing Channel

- social media
- komunitas
- partnership
- webinar/event
- email marketing
- influencer/KOL
- dll

Communication Strategy

- key message
- campaign strategy
- brand tone

Pricing Strategy (Jika Relevan)

- free/freemium/subscription/dll

GTM Timeline/Gantt Chart

- pre-launch
- soft launch
- launch
- post-launch

KPI/Success Metrics

Minimal 3 KPI yang measurable.

c. Output PPT:

- target market
- value proposition
- GTM strategy
- KPI
- timeline peluncuran

7. Conclusion & Future Development

a. Deskripsi: Mahasiswa diminta memberikan kesimpulan akhir terhadap produk yang dikembangkan dan peluang pengembangan ke depannya.

b. Output Laporan:

- kesimpulan akhir
- hasil validasi
- dampak solusi
- future improvement
- future feature
- long-term development



c. **Output PPT:** Ringkasan kesimpulan dan future plan produk.

D. FORMAT PENGUMPULAN FINAL PROJECT

- Full Report mencakup seluruh bagian Final Project secara lengkap dan terintegrasi
- Berikan deskripsi kontribusi anggota kelompok pada halaman terakhir
- File dikumpulkan dalam format:
 - NoGrup_FinalProject_E-Business.pdf
 - NoGrup_PitchDeck_E-Business.pdf
 - NoGrup_VideoDemo_E-Business.mp4
- Pengumpulan cukup 1 kali (perwakilan kelompok)
- Seluruh file dikumpulkan sebelum presentasi final project
- Buat tampilan laporan dan PPT semenarik mungkin seperti:
 - startup pitch deck
 - business proposal
 - product case study
 - lomba business plan/product innovation

E. KETENTUAN PRESENTASI FINAL PROJECT

- Durasi total presentasi: 7 menit / kelompok
- Seluruh anggota WAJIB berpartisipasi
- Wajib menunjukkan prototype/demo produk

F. RUBRIK PENILAIAN ETS LISAN

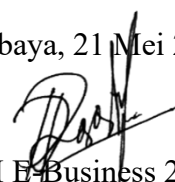
Aspek Penilaian	Bobot (%)	Kriteria Penilaian
Problem Analysis & Research	20%	Kemampuan mengidentifikasi masalah, melakukan riset pengguna, dan menentukan prioritas masalah secara tepat
Product Strategy & Innovation	20%	Kualitas strategi produk, inovasi solusi, Lean Model Canvas, dan relevansi product metrics
MVP, Roadmap & Product Planning	15%	Kejelasan roadmap, backlog, MVP, dan pengembangan produk
Validation & Evaluation	15%	Kualitas usability testing, validasi solusi, insight, dan iterasi produk
Go-To-Market Strategy	15%	Kesesuaian target market, strategi distribusi, komunikasi, KPI, dan GTM planning
Pitch Deck & Storytelling	10%	Kualitas visual, storytelling, dan kemampuan menyampaikan ide produk
Video Demo & Presentation	5%	Kualitas demo produk, presentasi, dan keterlibatan seluruh anggota



G. CATATAN PENTING

- Final Project merupakan pengembangan dari seluruh tugas sebelumnya
- Tidak diperbolehkan hanya menggabungkan tugas lama tanpa revisi
- Seluruh bagian harus konsisten dan saling terhubung
- Prototype berupa high-fidelity prototype
- Diperbolehkan menggunakan AI tools selama mahasiswa memahami isi project dan mampu menjelaskan hasil pekerjaannya
- Plagiarisme = nilai 0
- Tidak mengikuti presentasi = nilai final project tidak lengkap

Surabaya, 21 Mei 2026


TIM E-Business 25/26